

# KEBIJAKAN MEDIA *DARLING* DALAM PEMBERITAAN PEMIMPIN PUBLIK

(Analisis Framing Pemberitaan Joko Widodo pada mTag #Fenomena Jokowi di Media Online Merdeka.com)

Nuriy Azizah Susetyo<sup>1</sup>

---

## ABSTRAK

Sosok pemimpin publik yang mendapatkan perhatian sedemikian besarnya memunculkan istilah *media darling* atau kesayangan media. Media pun dipenuhi dengan semua pemberitaan tentang dirinya dengan kuantitas yang di atas rata-rata, serta dominasi *tone* berita yang positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bingkai berita dalam pemberitaan pemimpin publik, mengetahui kebijakan redaksi dalam pemberitaan pemimpin publik serta mengetahui manakah level media dalam *teori influences on mass media content* yang paling berpengaruh dalam pembingkai berita pemimpin publik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Analisis *framing* dilakukan dengan model analisis Pan dan Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur sintaksis dan tematik paling menonjol digunakan dalam pembingkai sosok Jokowi sebagai seorang Gubernur DKI Jakarta. Merdeka.com juga tanpa disadari menerapkan kebijakan *media darling* saat pemberitaan Jokowi pada mTag #Fenomena Jokowi dilihat dari adanya hubungan yang saling menguntungkan antara Merdeka.com dan Jokowi. Selain itu, terlihat juga ditinjau dari teori *Influences on Mass Media Content*, level rutinitas media Merdeka.com yang terdiri dari sumber berita, organisasi media, dan pembaca menunjukkan pengaruh yang paling besar dalam proses pembingkai berita Jokowi.

**Kata kunci:** pemimpin publik, *media darling*, *tone* berita, analisis framing, teori *influences on mass media content*.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

**MEDIA DARLING POLICY IN REPORTING PUBLIC LEADERS**  
**(Framing Analysis in Reporting Joko Widodo on mTag #Fenomena Jokowi at**  
**Merdeka.com)**

Nuriy Azizah Susetyo<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT**

*A public leader whom attracts a massive attention from media bring out a new term; media darling. Media give heavy media coverage to those public leaders which dominated with positive tone. The aim of this study are to reveal and describe the news frame of public leader, to find out editorial policy in reporting public leader, and also to discover which level of media which give the biggest influence in framing public leader news, based on influences on mass media content theory. This study uses qualitative descriptive method. Framing analysis performed using the analysis model of Pan and Kosicki. The result showed that syntaxes and thematic structure mostly used in framing process of public of Jokowi as a DKI Jakarta's governor. Merdeka.com unconsciously applied media darling policy in Jokowi news on mTag #Fenomena Jokowi. It shown as there is a symbiotic mutualism among Merdeka.com and Jokowi itself. Besides that, reviewed from Influence on Mass Media Content Theory, shown that media routine—source of news, media organization, and audience- become the most influential level in framing process in term of Jokowi news.*

**Keywords:** *public leaders, media darling, tone of news, framing analysis, influences on mass media content theory.*

---

<sup>2</sup> Student of Communication Studies Program, Bakrie University